

**FAKTOR - FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN  
PERUSAHAAN DALAM MENGIKUTI PAMERAN**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister  
Manajemen**



**PESTA ELFRIDA LUMBANTORUAN  
2191001024**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
TAHUN 2021**

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

NAMA : Pesta Elfrida Lumbantoruan

NIM : 2191001024

TANDA TANGAN : 

TANGGAL : 16 Februari 2021

## HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Pesta Elfrida Lumbantoruan

NIM : 2191001024

Program Studi : Magister Manajemen

Judul Tesis : Faktor – Faktor Yang Menentukan Keputusan Perusahaan  
Dalam Mengikuti Pameran

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Pembahas dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. agr. Wahyudi David., S.TP.,M.Sc (.....)

Pembahas : Dr. Ir. Kusumo Bintoro., M.B.A (.....)

Pembahas : Dr. Jerry Heikal, S.T.,MM (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 16 Februari 2021

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur dan terimakasih penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala sukacita, kasih karunia, kesehatan, penyertaan, hikmat dan pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PERUSAHAAN DALAM MENGIKUTI PAMERAN”**. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) di Universitas Bakrie.

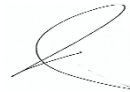
Penulis percaya bahwa keberhasilan penulisan dalam menyelesaikan tesis ini adalah berkat dari pada Tuhan Yang Maha Esa serta tidak terlepas dari bantuan semua pihak mulai masa perkuliahan yang selalu memberikan bimbingan, motivasi, arahan, motivasi kepada penulis. Oleh karena itu izinkanlah penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D , Rektor Universitas Bakrie.
2. Arief Suharko, Ph.D, Ketua Jurusan Magister Manajemen.
3. Dr. agr. Wahyudi David, S.TP.,M.Sc, dosen pembimbing atas arahan, dorongan, waktu dan bimbingan beliau sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Dr. Ir. Kusumo Bintoro, M.B.A, dosen penguji I atas masukan dan bimbingan beliau juga tesisi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Dr. Jerry Heikal, ST.,MM, dosen penguji II atas masukan dan bimbingan beliau juga tesisi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
6. PT Debindo International Trade and Exhibitions yang memberikan kesempatan dan memberikan bantuan dalam memperoleh data yang saya perlukan.
7. Kepada peserta IndoBuildTech yang telah bersedia menjadi responden dan membantu saya dalam memperoleh data yang saya butuhkan.
8. Kedua orang tua tercinta, ibu T. Silaban dan bapak A. Lumbantoruan yang tak henti-hentinya mendoakan, membantu, mendukung dan memberikan motivasi sehingga bisa seperti saat ini.

9. Abang dan Kakak Moses, Abang dan Kakak Regina, Abang dan Kakak Felicya, Abang dan Kakak Pudan, Kakak Hany, Keponakan Regina, Marinka, Angel, Moses, Michella, Felicya dan Immanuel yang selalu memberikan *support*, masukan, semangat serta doa kepada penulis.
10. Seluruh staff pengajar dan staff administrasi Universitas Bakrie atas bimbingan, ilmu, bantuan selama dibangku perkuliahan.
11. Seluruh teman-teman di Batch XII Universitas Bakrie.

Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama dalam lingkungan Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie serta seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Januari 2021  
Penulis,



Pesta Elfrida Lumbantoruan

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pesta Elfrida Lumbantoruan  
NIM : 2191001024  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Thesis : FAKTOR - FAKTOR YANG MENENTUKAN  
KEPUTUSAN PERUSAHAAN DALAM MENGIKUTI  
PAMERAN

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty – Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

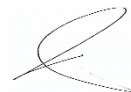
### **FAKTOR - FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PERUSAHAAN DALAM MENGIKUTI PAMERAN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 16 Februari 2021

Yang menyatakan



Pesta Elfrida Lumbantoruan

## **ABSTRAK**

### **“FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PERUSAHAAN DALAM MENGIKUTI PAMERAN”**

Pameran merupakan salah satu ajang promosi yang dapat diikuti oleh perusahaan dalam meningkatkan *branding* perusahaan, *brand awareness* product hingga ajang *direct sales* dan pameran juga salah satu kegiatan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menentukan perusahaan memutuskan mengikuti pameran, faktor yang mempengaruhi perusahaan mengikuti pameran serta melihat faktor mana yang lebih kuat memberikan pengaruh dan hubungan terhadap keputusan berpameran. Penelitian ini dilakukan pada pameran IndoBuildTech Digital Fair yang diselenggarakan oleh PT Debindo International Trade and Exhibitions dengan total populasi dan sampel adalah 72 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi logistik multinomial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pameran, popularitas, waktu pelaksanaan, representasi dan harga merupakan faktor-faktor yang menentukan keputusan perusahaan dalam berpameran dan faktor menunjukkan 65% menjadi faktor penentu sedangkan sisanya ditentukan oleh faktor lain. Faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan adalah *timing*, representasi dan harga serta terdapat dua faktor yang memiliki hubungan negatif terhadap pengambilan keputusan oleh perusahaan yaitu faktor waktu, popularitas dan faktor representasi.

Kata Kunci : Keputusan, Pameran, Investasi, Promosi, Faktor

## **ABSTRACT**

### **"FACTORS THAT DETERMINE COMPANY'S DECISION JOIN THE EXHIBITION"**

*The exhibition is one of the promotional events that can be participated by companies to increasing company branding, product brand as well as awareness till direct sales. Exhibitions are also one of the kinds of investment activities carried out by companies. The purpose of this research is to find out what's factors determine a company that decides to participate in exhibitions, what's factors that influence companies to participate in exhibitions and to see which factors have a stronger influence and relationship on the exhibition decision. This research was conducted at the IndoBuildTech Digital Fair exhibition organized by PT Debindo International Trade and Exhibitions with a total population and sample of 72 respondents. The data analysis method used is multinominal logistic regression analysis.*

*The results showed that the quality of the exhibition, popularity, time, representation, and price determine the company's decision to join in an exhibition. It concludes that the company's decision is influenced by these factors 65% and there are three of factors having a significant influence for joining the expo. In addition, it finds out three factors the time, popularity and the representation having a negative value with the company's decision.*

*Keywords: Decision, Exhibition, Investment, Promotion, Factors*



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	2
1.3    Tujuan Penelitian.....	3
1.4    Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>4</b>
2.1    Landasan Teori .....	4
2.1.1    Pameran atau Eksibisi .....	4
2.1.2    Perkembangan Pameran di Indonesia .....	7
2.1.3    Keputusan.....	7
2.1.4    Kualitas Pameran .....	10
2.1.5    Popularitas.....	14
2.1.6    Harga.....	16
2.1.7 <i>Timing</i> .....	18
2.1.8    Representasi .....	19
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
3.1    Lokasi Penelitian .....	21
3.2    Tahapan penelitian .....	21
3.3    Variabel Penelitian .....	21
3.4    Variabel dan Indikator Penelitian.....	22
3.5    Jenis dan Sumber Data .....	23
3.5.1    Data Primer .....	23
3.5.2    Data Sekunder .....	23
3.6    Populasi .....	24

3.7	Metode Pengumpulan Data .....	24
3.7.1	Kuesioner (Angket) .....	24
3.8	Metode Analisis Data .....	25
3.8.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	25
3.9	Uji Asumsi Klasik .....	26
3.9.1	Uji Normalitas .....	26
3.9.2	Uji Multikolinearitas .....	26
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas .....	26
3.10	Analisis Regresi Logistik Multinomial .....	27
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>		<b>28</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	28
4.1.1	Penyajian Data .....	28
4.1.2	Hasil Analisis Deskriptif .....	28
4.1.3	Uji Validitas .....	30
4.1.4	Uji Reliabilitas .....	32
4.1.5	Uji Normalitas .....	32
4.1.6	Uji Multikolinearitas .....	33
4.1.7	Uji Heteroskedastisitas .....	34
4.2	Analisis <i>Multinomial Logistic Regression</i> .....	35
4.2.1	Pengujian <i>Model Fitting Information</i> .....	35
4.2.2	<i>Goodness of Fit Test</i> .....	37
4.2.3	<i>Pseudo R-Square</i> .....	37
4.2.4	<i>Likelihood Ratio</i> .....	38
4.2.5	<i>Ordinal Logit Regression</i> .....	39
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	40
<b>BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>		<b>45</b>
5.1	SIMPULAN .....	45
5.2	Rekomendasi .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>47</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Loyalitas Pelanggan Terhadap Kekuatan Sikap.....	13
Tabel 2.2 Loyalitas Pelanggan Terhadap Ketertarikan .....	14
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian .....	22
Tabel 4.1 RII Tabel .....	29
Tabel 4.2 Uji Validitas .....	31
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas .....	32
Tabel 4.4 Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i> .....	33
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas .....	34
Tabel 4.6 Model Fitting Information .....	36
Tabel 4.7 Goodness of Fit Test .....	37
Tabel 4.8 <i>Pseudo R-Square</i> .....	37
Tabel 4.9 <i>Likelihood Rasio Test</i> .....	38
Tabel 4.10 <i>Parameter Estimates</i> .....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	49
Lampiran 2 Uji Validitas Kualitas Pameran (X1).....	52
Lampiran 3 Uji Validitas Popularitas Pameran (X2) .....	53
Lampiran 4 Uji Validitas Timing Pameran (X3) .....	54
Lampiran 5 Uji Validitas Representasi Pameran (X4).....	55
Lampiran 6 Uji Validitas Harga Pameran (X5) .....	56
Lampiran 7 Uji Validitas Keputusan Pameran (Y).....	57
Lampiran 8 Distribusi Tabel r .....	58
Lampiran 9 Uji Reliabilitas .....	59